

## V. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Saat invasi Rusia ke Ukraina pada 24 Februari, 2022 tersebar banyak misinformasi dan disinformasi yang menyebabkan adanya perang informasi antara Ukraina dan Rusia. Ukraina tidak ingin Rusia menguasai perang dan berhasil menyebarkan propagandanya di berbagai platform media sosial. Selain itu, Ukraina juga ingin Rusia mendapatkan sanksi dari berbagai pihak. Ukraina ingin Rusia diembargo dari berbagai aspek dan tentu ini akan mempengaruhi perekonomian mereka hancur. Ukraina pun terus berusaha untuk menyerang kembali Rusia dengan propagandanya yang dikemas melalui diplomasi digitalnya. Untuk mensukseskan tujuan Ukraina, Ukraina menggunakan diplomasi digital dengan cara penggunaan media sosial, membentuk narasi yang meliputi persuasi, serta melibatkan publik.

Dalam penelitian ini, penulis sudah mengelompokkan tiga komunikan dari sasaran diplomasi digital, yaitu perusahaan asing, publik, dan pemerintah negara asing. Ketiga kategori ini masing-masing berperan penting untuk Ukraina, terutama perusahaan asing di bidang teknologi. Maka dari itu, langkah awal yang dilakukan Ukraina adalah menghentikan saluran yang digunakan Rusia untuk menyebarkan propagandanya. Berkaitan dengan era serba digital ini, Ukraina menyadari pentingnya membujuk perusahaan teknologi yang menjadi salah satu instrumen Rusia dalam perang informasi. Maka sejak hari pertama Rusia menginvasi Ukraina, para pejabat Ukraina menyebarkan narasi mereka berkaitan dengan kejahatan Rusia di berbagai platform resmi Ukraina. Namun dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada penggunaan media sosial Twitter.

Menteri Transformasi dan Digital, Mykhailo Fedorov menjadi pejabat Ukraina yang paling sering men-*tag* perusahaan asing terutama di bidang teknologi untuk menghentikan layanan mereka di Rusia. Fedorov telah aktif di Twitter selama beberapa minggu terakhir untuk menekan Apple, Google, pertukaran crypto dan perusahaan teknologi lainnya untuk menanggapi perang di Ukraina. Menurut Fedorov, ini alat Ukraina yang cerdas dan damai untuk menghancurkan ekonomi Rusia.

Narasi yang digunakan Fedorov beragam, bisa menggunakan ancaman maupun persuasi. Setelah Fedorov mengirimkan cuitannya, beberapa saat kemudian sebagian besar perusahaan asing merespons dan mengikuti permintaan Fedorov. Namun, jika ada perusahaan yang tidak tegas dalam bertindak, ia biasanya akan mengingatkan perusahaan itu tentang betapa kejamnya Rusia. Tentu ketika Fedorov menyampaikan mengenai kekejaman Rusia, namun perusahaan yang *ditag* tidak merespons, ini akan mempengaruhi reputasi perusahaan tersebut. Perusahaan tersebut bisa dilabeli tidak peduli kemanusiaan dan pro-demokrasi. Bahkan terkadang Fedorov mengancam perusahaan tersebut akan menjadi satu-satunya perusahaan yang beroperasi di Rusia ketika perusahaan lain sudah bertindak untuk mendukung Ukraina.

Tidak hanya Fedorov, pejabat lain seperti Presiden Zelenskyy, Menteri Luar Negeri Dmytro Kuleba, dan Penasihat Kepresidenan Podolyak juga turut melancarkan diplomasi digital. Namun sasaran mereka lebih terhadap pemerintah negara lain. Pejabat Ukraina sudah mengidentifikasi negara-negara yang dianggap Ukraina masih ambigu dalam menentukan sikap mereka. Para pejabat ini tanpa merasa segan akan langsung perwakilan negara-negara itu. Bisa dikatakan narasi yang dibuat Ukraina cenderung menuntut negara-negara lain untuk menyediakan bantuan untuk Ukraina. Selain tuntutan, biasanya pejabat Ukraina juga memberikan ucapan pada momen tertentu terhadap negara-negara yang tergabung dalam suatu organisasi internasional. Tentu ada maksud tertentu dalam usaha ini. Ukraina ingin mendapatkan simpati dari negara-negara terkait. Bahkan terkadang Ukraina melakukan persuasi pada negara-negara sasarannya, seperti untuk China. Ukraina membujuk jika China mendukung, maka China akan menjadi kekuatan baru di dunia.

Ukraina juga melibatkan publik untuk membantu keberhasilan Ukraina dalam menjalankan diplomasi digitalnya. Ukraina telah membuat rekrutmen untuk menjadi relawan Ukraina. Publik terdorong untuk bergabung dan membantu melawan Rusia. Bahkan publik dari seluruh dunia ikut berkontribusi karena mereka tergerak secara emosional dan moral dengan apa yang dihadapi Ukraina. Tentu dalam hal ini, Ukraina menggunakan persuasi yang dapat simpati publik agar mereka mau membantu Ukraina. Bisa dikatakan narasi memang penting untuk memenangkan

hati publik. Ketika Ukraina membutuhkan uang untuk memperbaiki infrastruktur Ukraina yang rusak, dengan narasi penuh humor, ini berhasil membuat publik berdonasi. Ukraina mencapai melebihi target yang telah diatur.

Publik juga membantu menyebarkan *hashtag* yang mengkampanyekan bahwa Rusia adalah negara sponsor teroris. Berbagai komentar mengenai hal tersebut dilontarkan publik. Bahkan saat pergantian tahun ke 2023, publik masih menyebarkan *hashtag* tersebut. Tentu tindakan publik sangat mendukung Ukraina dalam perang tak beralasan yang berubah menjadi genosida ini. Publik dari seluruh dunia memohon kepada pemerintah mereka untuk memberikan senjata kepada Ukraina agar dapat mempertahankan diri. Tujuan Ukraina agar dunia secara resmi mengakui bahwa Rusia telah menjadi negara teroris pun tercapai.

Namun, dibalik berbagai usaha Ukraina melalui diplomasi digital, tidak semuanya berhasil. Berdasarkan penelitian di BAB IV, penulis bisa menyimpulkan keberhasilan diplomasi digital tergantung pada komunikannya. Sebagian besar diplomasi digital berhasil pada sasaran perusahaan asing dan publik. Perusahaan asing dengan mudah melakukan apa yang Ukraina inginkan karena mereka tahu bahwa saat ini publik atau konsumen sedang berfokus pada persoalan Ukraina. Kita bisa melihat bahwa mayoritas besar publik dunia mendukung perusahaan yang mengambil tindakan untuk mendukung Ukraina melawan invasi Rusia, berlawanan dengan yang hanya mengeluarkan pernyataan perusahaan tanpa tindakan nyata.

Perusahaan yang mengambil sikap lebih tentu mendapat keuntungan dari sentimen konsumen. Para pemimpin bisnis yang terus memilih diam di tengah konflik yang sedang terjadi ini kemungkinan besar akan menghadapi tekanan yang semakin besar dari pelanggan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya untuk angkat bicara dan menentang invasi Rusia. Kegagalan untuk mengambil sikap dapat menciptakan berbagai situasi krisis bagi perusahaan, mulai dari reputasi yang rusak hingga boikot oleh konsumen dan vendor, dan berubah menjadi masalah yang nyata. Seperti halnya semua situasi krisis, semakin lama perusahaan menunggu untuk melakukan atau mengatakan sesuatu tentang krisis, semakin buruk kemungkinannya bagi mereka. Dan dalam kasus perang Rusia melawan Ukraina, akan tiba saatnya ketika diam dapat dianggap atau ditafsirkan oleh publik sebagai

mendukung Putin. Ketika itu terjadi, para pemimpin bisnis akan membawa diri mereka dalam posisi yang mungkin sulit.

Kemudian untuk publik yang sebagian besar turut berkontribusi dalam perang Rusia-Ukraina, ini dikarenakan bagi banyak orang, invasi Rusia ke Ukraina telah memicu emosi yang kuat. Kesedihan atas penderitaan warga sipil tak berdosa yang terbunuh atau terluka dalam serangan yang sengaja membabi buta. Kesedihan karena menyadari bahwa kehidupan ribuan tentara di kedua belah pihak telah diubah secara permanen oleh cedera fisik, psikologis, dan moral. Selain itu, narasi Ukraina yang sangat meyakinkan Publik bahwa Rusia adalah agresor telah mendorong publik untuk marah pada Putin dan rekannya karena memilih perang. Kemarahan pada diplomat Rusia yang berdiri di hadapan dunia dan mengklaim bahwa tidak ada perang. Kemarahan pada mereka yang menghasilkan disinformasi tentang perang dan penyebabnya, dan pada mereka yang mempercayainya. Oleh karena itu, kemarahan yang dibenarkan dan kesedihan yang mendalam dapat mengarahkan publik pada pelayanan. Mengingat invasi Rusia ke Ukraina yang tidak dapat dibenarkan secara moral dan hukum, publik berpikir tentang bagaimana mereka dapat bertindak untuk mendukung Ukraina dalam hal kemanusiaan, dan juga dalam mempertahankan kedaulatan dan kenegaraan Ukraina.

Setelah keberhasilan dalam membujuk dan melibatkan perusahaan asing dan publik, Ukraina juga merasakan kegagalan untuk mempengaruhi pemerintah negara lain. Tidak semua negara tergerak dengan narasi yang dibawakan melalui Twitter. Terlebih masih ada anggapan bahwa perang Rusia dan Ukraina bukan urusan dari wilayah mereka. Sebagai contoh ASEAN, ASEAN tidak memiliki kepentingan langsung maupun kemampuan, apalagi tanggung jawab, untuk mempengaruhi hasil di Ukraina.

Selain itu, berkaitan dengan ekonomi dan perdagangan. Rusia adalah pengeksport utama energi, makanan, dan pupuk. Banyak negara tidak mampu memutuskan hubungan ekonomi dengan Moskow. Tidak hanya itu, negara-negara juga takut terseret ke dalam konflik dengan Rusia, terutama sekarang Putin telah menempatkan "pasukan nuklir" dalam siaga tinggi. Maka dari itu, konfrontasi

langsung dengan negara adidaya nuklir yang setara dengan NATO atau Amerika Serikat berisiko meningkatkan konflik konvensional menjadi perang nuklir.

Beberapa negara Afrika juga melihat konflik tersebut sebagai perang proksi antara AS dan Rusia. Ini mengenang Perang Dingin sehingga tidak ingin terlibat dalam konflik tersebut. Perang Dingin membawa kesulitan yang tak terhitung ke beberapa negara Afrika seperti yang terjadi ketika sebagian besar negara di Afrika memperoleh kemerdekaan dan perlu bersekutu dengan salah satu blok. Beberapa perang saudara pun terjadi. Oleh karena itu, tampaknya tepat bagi beberapa negara Afrika untuk tetap netral pada saat ini.

## **5.2 Saran**

Dalam beberapa contoh Ukraina memenangkan perang informasi melawan Rusia dan berhasil mempengaruhi banyak pihak. Namun kegagalan tetap dirasakan Ukraina ketika suatu negara tidak bisa memenuhi permintaan Ukraina. Pada satu kasus Ukraina pernah membuat narasi untuk mempengaruhi negara-negara di sebuah benua. Namun, negara-negara ini tetap memilih untuk tidak memihak pada Ukraina. Sampai akhirnya salah satu menteri Ukraina melakukan perjalanan resmi ke beberapa negara-negara ini untuk menjalin kerja sama dan tentunya terdapat maksud agar negara-negara ini mendukung Ukraina. Benar saja, ketika PBB membuat suatu resolusi, negara-negara yang dikunjungi Menteri Ukraina akhirnya setuju dengan hal ini. Ini menandakan bahwa diplomasi secara tradisional masih dibutuhkan.

Memang dalam kondisi seperti ini, melakukan diplomasi secara digital dapat mempersingkat waktu dan biaya. Namun, untuk beberapa negara tidak dapat mendapatkan inti atau maksud dari diplomasi tersebut. Maka perlu ada pertemuan secara langsung dengan negara-negara tertentu. Maka dari itu, penulis menyarankan untuk tetap melakukan pertemuan dan negosiasi langsung agar tercapai maksud dan tujuan yang diinginkan.